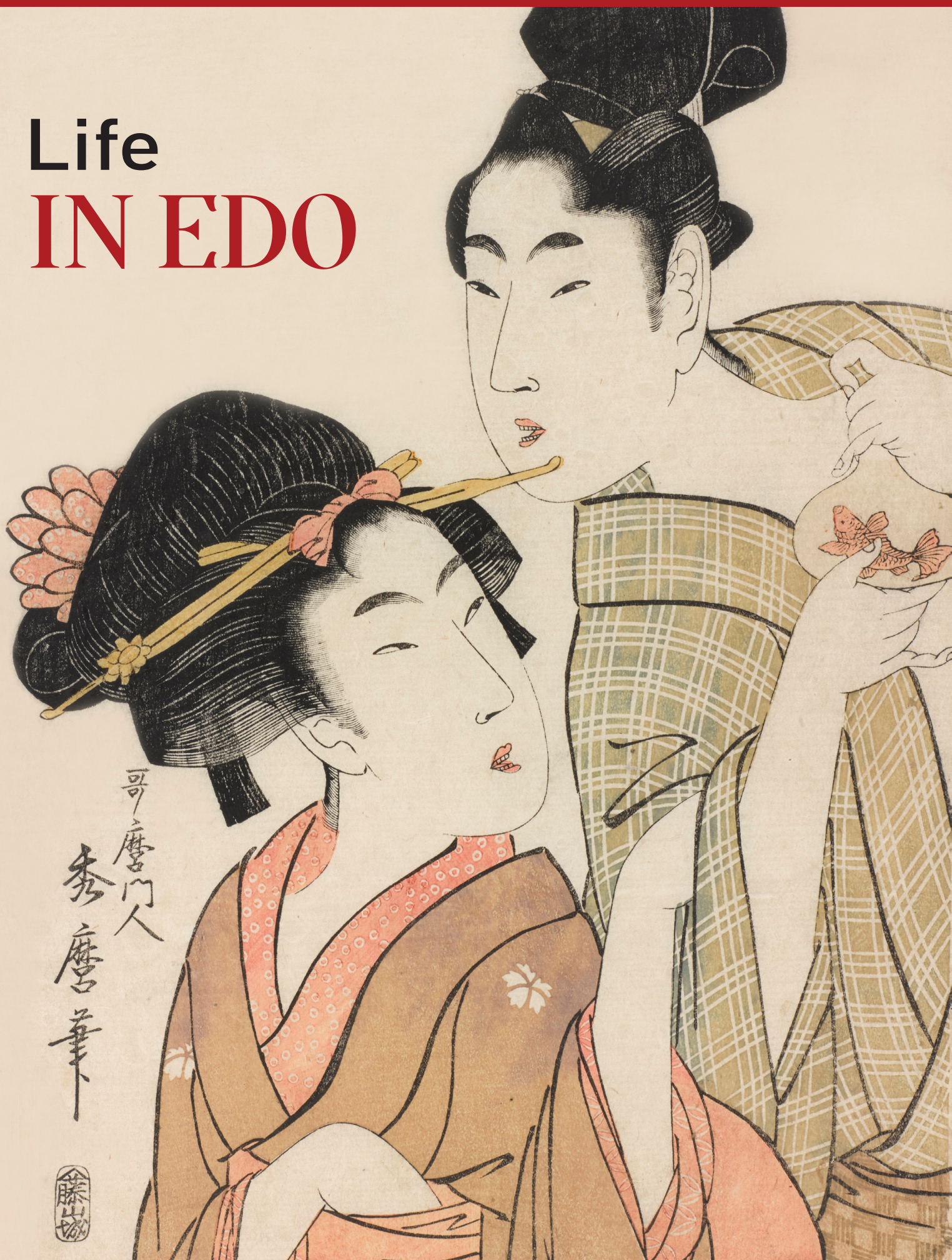


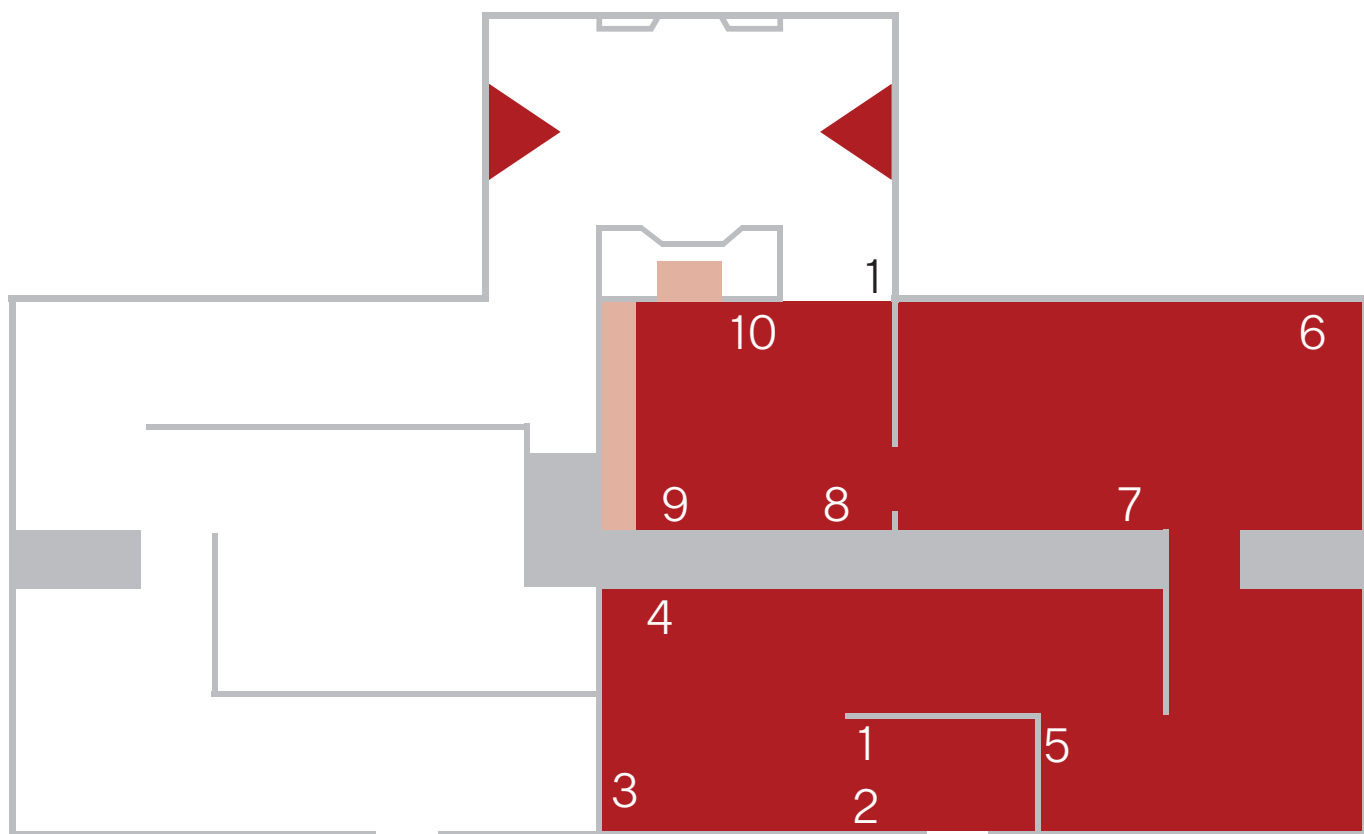
Life IN EDO



哥唐門人

秀唐筆





展厅平面图

1 江户风情

1603年，德川幕府在江户（即今天的东京）建立政权，号令全国，自此以后，江户逐渐发展成大都邑。一百年后，更成为天下最大的城邑之一，有市民一百多万人。江户城是文人、商贾、艺术家、表演者和工匠云集之地，也吸引了一批前去给武士和公子哥儿当侍从的庶民。在德川统治的250年期间（1603–1867年），日本艺术随着江户和京都的发展逐步成形。直至1869年为止，京都一直是日本的首都，也是日本皇宫所在地。

浮世

从字面上看，“浮世”（ukiyo）的意思是“虚浮短暂的世界”，含有“幻影浮沉，随波逐流”的现世主义精神。当时的学者将其定义为人间如梦幻泡影，人生于尘世中，应该活在当下，珍惜稍纵即逝的瞬间。江户、京都和大阪的歌舞妓町和和剧院因此广受大众青睐。为了捕捉这些短暂的享乐瞬间，称为“浮世绘”（ukiyo-e）这新一类的日本版画和绘画应运而生。

时尚主题

今天，通过浮世绘版画，我们可以遥望江户时代人们所追崇的事物。这些版画也塑造了我们对日本的印象。江户市民对浮世绘的着迷程度，就像今天我们热衷于 Instagram、抖音和推特等社交媒体一样。

这次展出的版画和绘画，是对德川幕府统治下的这段250多年历史文化的回眸，通过当时的艺术作品去鉴赏江户城里光彩却又无常的人生百态、生活景象、文化潮流，以及城市风光。在时过境迁的今天，我们仍然可以在日本看到许多这样的传统、节庆和艺术形式。

2 沿着东海道旅行

德川家康将军在掌权之前，就开始着手改善和控制从江户到外省的路线。幕府从东海道路线开始，在几年之间铺设了木曾街道（又名中山道），日光道中，奥州街道和甲州街道。这些路统称为“五街道”，每条路线上都设有驿站为过路商客提供服务。他也以此掌控了交通和物流的通道。

日益蓬勃

在17世纪初，连接江户和朝廷所在地京都的东海道，主要是供幕府官僚、大名（即幕府时代的封地领主）以及来自中国和其他国家的外交官使用。沿途驿站林立，景气蓬勃，人们通过向旅客提供服务或出售商品而致富。到了18世纪中叶，较富裕的平民开始热衷旅游。东海道沿路的历史名胜成了旅游热点，沿途许多客栈和商铺皆售卖地方特产和纪念品，在传播当地文化方面发挥了重要的作用。

旅游业兴起

旅游业的兴起，带动了路线地图和导游指南，以及与旅游相关故事和传记的出版。由十返舍一九撰写的《东海道中膝栗毛》漫画小说风靡一时。在19世纪初，旅游更是空前广受欢迎。江户市民做近郊旅游，例如去成田、大山和江之岛。有些人会梦想此生能到伊势大神宫或四国岛上的金毘罗神社作一次难得的朝圣之旅。时至今日，这些旅游景点仍然是日本人民和国际旅客向往的地方。

五街道的美丽风景和精彩故事，激发了艺术家的想象力，促使他们创作优美的版画和绘画，其吸引力跨越时空。

3 江戸美人

江戸时代（1603–1868年），人们必须遵守许多规矩，在穿着打扮、发型，以及化妆品的使用上，都有一定的规范，按照不同的社会阶层、年龄、职业、地区背景和婚姻状况而制定。即便如此，男男女女们仍然想方设法地通过时尚、化妆和配饰来表达自我个性。

乌黑长发

女人如何修饰头发，反映了她们的审美观。始于平安时代（794–1185年），蓄留一头乌黑长发对日本女性是必须的，也是评估女性美的主要关键。江戸时代以前，女性多数是长发披肩，或者是将发随意绑成一束，悠然的披在身后。到了江戸时代涌现了数百种不同风格的发型，发饰成为了有利可图的行业。日本妇女传统上以梳子（kushi）和发簪（kanzashi 和 kōgai）来装饰头发。直至今今天，这些发饰仍广受欢迎。

女艺人和妓女引领潮流

江戸时代初期，来自贵族和武士阶层的妇女一般都蓄留长发。但在不久后，女歌舞伎艺人和妓女兴起了把头发扎成不同造型的风气，她们每款发型风格都广受女性欢迎，并争相效仿，蔚为潮流。

化妆品

在女性礼仪指南里，详细介绍了使用化妆品的正确方法。当时流行三种基本化妆颜色：红色（用于嘴唇、脸颊、指甲），白色（扑面粉）和黑色（牙齿、眉毛）。她们会根据不同日子，例如在成年，结婚和分娩时将牙齿染黑或修画眉。把牙齿染黑代表妇女已成年或已婚；女人在第一个孩子出生后，就会把眉毛剃掉。

4 宠物潮

江户时代的人们和今天一样喜欢饲养宠物。猫、狗、鸟和金鱼都极受欢迎。国外的珍兽与鸟类，例如鸵鸟（1658年）、金丝雀（1709年）、鳄鱼（1780年）、猩猩（1792年）、白熊（1799年）和狮子（1865年）也被带入日本。许多这类珍贵动物是外国统治者送给幕府将军的礼物。

猫儿

日本人和猫的关系由来已久。宇多天皇（867–931年）在他的皇家日记里，就专门介绍了他养的黑猫，叙述了猫的特征以及它有趣的行为。清少纳言也在1002年完成的《枕草子》中提到一条天皇饲养的猫。此外，猫儿也是武士以及一般老百姓家里受欢迎的宠物（因为猫能捉老鼠）。浮世绘艺

术家歌川国芳和歌川广重的画里就经常描绘猫的身影。

狗儿

在日本古老的绳文时代，人们带着狗儿狩猎，并在它们死后郑重的安葬它们。15和16世纪的日本屏风图画，有些以狗为主题。江户时期的木版画和绘画，显示当时人们已将狗视为宠物。小型犬，特别是“日本狆”，是当时的贵族、武士和富裕家庭的妇女喜爱的宠物。

5 金鱼

金鱼是约在1500年时由中国商人带入日本。最初，金鱼是作为异国珍品卖给贵族和武士。渐渐的，金鱼受到市井小民欢迎。在炎热夏天举办的庆典里，人们乐此不疲的玩着用纸勺捞活金鱼的传统游戏（kingyo-sukui）。同时，人们也制造了精美的玻璃容器和陶瓷碗来饲养和观赏金鱼。

金鱼在木版画里颇受欢迎，它优雅的游姿诠释着“浮世情怀”。人们也培育出长有飘逸长鳍的金鱼品种，更具漂浮的美感。歌川国芳所绘的金鱼画名闻遐迩。

其他动物

一些不全被视为宠物的动物也出现在木版画中。饲养猎鹰狩猎 (takagari)，是日本武士喜爱的消遣，耍猴人 (sarumawashi) 训练猴子表演猴戏娱乐大众，牛马在农村则用于农耕和运输。鹦鹉、骆驼和大象被描绘为来自异国的珍禽异兽。

6 江户美食

自五街道公路通行后，各地产品更容易进入江户。人们也因此可享用新食品，同时也激励了人们创造新菜肴。许多木刻版画描绘了江户市民喜爱的美味佳肴。在日本桥河北岸，人们可采购到新鲜的时令海鲜。那一带的鱼市场始建于17世纪初，在1935年筑地市场开业之前，已经为当地民众服务了三百多年。

心灵食品

谈到江户的“心灵食品”，让人想到的是荞麦面和攰寿司 (nigirizushi) (我们称为“寿司”)，即鲜鱼配醋饭，可以随意加或不加海苔。这些美食具有远古历史，到了江户时代更是经过精心改良。荞麦面之所以受欢迎，是因用料简单，又有多种吃法。赶荞面所用的荞面刀 (soba kiri)，是专为切面而制造。江户每个城区都有一两间荞面店。

高档餐厅和小吃摊

今天我们看到的寿司吃法，在江户时代后期（1820到30年代）就已经开始盛行。在那个年代，街上已有很多高档餐馆和小吃摊售卖寿司、鳗鱼烧和天妇罗，让大众能接触享受这些美食。

怀石料理和美食指南

由于专门提供稀有奢华美食的高档餐馆数量激增，催生了怀石料理（传统的日本高级多道美食）。有些这类高级餐馆，开设在城外郊区，设有二楼雅座，供人们居高临下，俯瞰花园美景。厨师或餐厅业者也会营造多感官享受的饮食体验。美食家和游客推动了竞争激烈的饮食行业的发展，也带动了人们对饮食指南书籍的需求。浮世绘艺术家的版画和绘画在传播美食文化方面发挥了重要作用。

7 花园 — 钟爱花卉

日本古代编年史里，记载了谷类农作物和木本植物，以及樱花和山茶花。由此可见欣赏美丽的花草树木在日本有着悠久的历史。在江户时代，园艺家热爱种植花草，其中有些人痴迷于稀有品种，也有些人不辞劳苦寻找合适恰当的器皿种植花木。因此，许多这类插图书籍应运而生。

菊 (kiku)

菊花是在秋天盛开的花朵，它在日本非常受欢迎。菊花象征长寿，因此一直以来与皇室有着关联。菊花是在奈良时代（710–94年）从中国引进，在镰仓时代（1185–1333年）成为皇室的象征。从那时起，盆栽和花盆园艺也开始盛行，人们以种植花卉树木为赏心乐事。

园艺蔚然成风

江户时代政治稳定，园艺文化因而兴起。武士阶级负责管理大名庄园，也因此带动普罗大众爱上园艺。德川家族三代人（家康，秀忠和家光）都热爱养花，尤其钟情于山茶花。许多大名（封地领主）也纷纷附庸风雅，把他们的庄园改造一番，在种植蔬菜和药草的同时，也种植供观赏用的花卉。幕府将军和大名之间也礼尚往来互赠鲜花、盆栽和幼苗。工薪阶层也将园艺视为尽心呵护的嗜好。在江户街头上，花踪处处，花贩子的吆卖声此起彼落，他们挑着装满花盆的担子穿街走巷，成为这座城市的一道风景线。

花见 — 赏花

从室町时代（1336–1573年）到江户时代初期，赏花游已开始流行。大名（封地领主）主办许多大型赏花活动，其中包括在京都醍醐寺举行的著名“醍醐花见”。称为“花见”（Hanami）的赏花习俗虽然由来

已久，但只在德川吉宗将军（1716–45年在位）大量种植樱花树供人观赏后，赏花的风气才开始盛行起来。

8 季节庆典

季节庆典或休闲活动是各行各业、各社会阶层皆喜爱参与的，给浮世绘艺术家提供了丰富的绘画题材。时至今日，人们仍然举办许多类似的庆典，而木刻版画也成为了这些节日的宝贵历史记录，叙述着源远流长的传统和习俗。

五节句（Gosekku）— 日本皇宫举行的五个季节盛典，在江户时代被定为公共假日。人们认为农历里的特定日子具有特殊的人生意义，因此备足应节食品和鲜花大事庆祝一番。

人日（Jinjitsu）— 正月七日，新年的习俗之一。

上巳（Jyōshi/Jyōmi）— 三月三日，桃花节 (momo no sekku)。朝中群臣在这天齐聚宫廷花苑，把盛满米酒的酒杯放在小溪流上，让它顺流而下。每位宾客啜上一小口，就赋一首诗。日本现今依然保留在每年的三月三日庆祝娃娃节（亦称雏祭 hinamatsuri）的传统。

端午 (Tango) — 五月五日，菖蒲之日 (ayame no hi)；这个节日标志着夏季和雨季的开始。如今五月五日儿童节 (kodomo no hi)，是日本的公共假日。

七夕 (Shichiseki) — 七月七日，七夕节 (Tanabata)；庆祝织女（天琴星）和牛郎（牛郎星）一年一度相会的节日。

重阳 (Chōyō) — 九月九日，菊花节 (kiku no sekku)，这是秋天稻米收成的季节。

其他活动

除了五节句外，江户时代还有其他颇受欢迎的季节活动。例如，到了春天，人们在观赏樱花时，也登山游览。三或四月，挖蛤蜊成为人们最受喜爱的消遣活动。夏季河水高涨时，许多人都期待到隅田川看烟花。在12月下旬，捣碾大米做米糕是日本另一个历史悠久的习俗，标志旧的一年结束，新的一年开始。人们以米糕祭祀神灵，并吃米糕祈求新的一年幸福安康。

9 艺术家的原画

日本木刻版画设计家才华横溢，吸引了西方人的目光。但从事版画设计的艺术家几乎都把自己视为画家，他们经常以“出自我的画笔”在版画和绘画上落款。一旦打响了名声，一些艺术家就干脆放弃版画设计，转向全职绘画。

客户惠顾

艺术家成名后，往往可以直接从收藏家或代理商那里获取工作。通常，客户大多是订制一些挂在墙上的卷轴，只有极其少数的客户委托艺术家在木块或屏风上绘画。艺术家接受客户委托绘画，是对他个人技能的真正考验。他们可以无拘束地用细腻笔触充分表达自己的才华，尚可大胆尝试不同色彩色调，并可决定采用抽象或现实的绘画风格。在日本，这类的画作被称为肉笔画（nikuhitsuga，即“原画”）。

肉笔画（Nikuhitsuga）

肉笔画是用画笔和彩墨在纸或丝绸上作画。这类画大多由木版画艺术家创作。因此，画作在主题和风格方面都接近浮世绘。今天，肉笔画泛指16世纪末和17世纪初的毛笔画，它也涵盖19世纪末20世纪初日本画（nihonga，指日本传统绘画）艺术家的现代作品。

10 浮世绘的生产

大批量生产促使木刻版画成为流行文化。它们既是传播信息的重要媒介，也是人们梦寐以求的艺术品。浮世绘的市场竞争十分激烈，艺术家和画商要不断地迎合人们的喜好，才能创作出让人垂青的画作。

分工合作

大量的浮世绘版画制成后在书店（ezoshiya）里展示出售。浮世绘版画是由一组人分工合作完成的结晶品。参与者有发行者（hanmoto，即出版商）、负责设计的（eshi，即画家）、雕刻版画的（horishi，即雕刻师）以及为个别版面逐一上色的（surishi，即拓师）。

势力强大的出版商

虽然设计和绘制版画的艺术家理应是浮世绘生产链的中心人物，但出版商的运筹帷幄、雕刻师和拓印师傅的技艺水平，却是左右画作销售量的主要因素。由于创作浮世绘的目的是为了牟利，因此在很多时候出版商都大权在握，能够决定采用什么主题，聘用哪位艺术家、雕刻师和调色师，以及使用哪些雕刻和印刷技术。因此，浮世绘版画是由出版商主导，以盈利为目的的一种集体艺术创作。

市场对浮世绘的反应

浮世绘的欣赏者既有普通市民，也有较富裕的阶层。浮世绘印刷品价格大众化，也很容易买到。浮世绘艺术家必须站在潮流的前端，引领时尚。在竞争激烈的环境里，一代又一代才华洋溢的艺术家相继涌现，满足了市场的需求并大胆地挑战传统。艺术家也不断寻求创新来取悦大众。